



贸易平台

中比经贸论坛在布鲁塞尔举行

日前,由中国贸促会和比中经贸委员会共同主办的中国—比利时经贸论坛在比利时首都布鲁塞尔举行,来自中比两国工商界的代表约200人参加。

“中比两国经贸合作十分密切,特别是两国高层互访增多、互动增强、互信增加,为中比经贸关系全面深入发展不断注入新的动力。”中国贸促会会长姜增伟在致辞时表示,中国正在加快转变经济发展方式,实施创新驱动发展战略,积极构建开放型经济新体制,推进“一带一路”建设,开展国际产能和装备制造合作,而欧洲也正在推进“欧洲投资计划”、欧盟2020战略等。加强中欧发展战略的对接,将为中比工商界加强深层次交流、扩大互利共赢合作提供新的重要机遇。

姜增伟就深化中比两国工商界的交流与合作提出三点建议:一是努力推动改善营商环境,积极向政府部门提出建议,加强贸易投资政策协调,促进贸易投资便利化;二是积极推进重点领域合作,在高端制造业、生物制药、环境科技、金融服务、基础设施建设等重点领域找准利益契合点,实施一批重点项目;三是共同参与区域发展合作,通过在亚洲基础设施投资银行、欧洲战略投资基金等机制框架下的合作,在亚欧互联互通进程中发挥积极作用,并一起开拓第三方市场。

七彩云南米兰行 世博会上放异彩

近日,以“七彩云南米兰行”为主题的云南活动日在米兰世博园中国馆举行。在云南省政府常务副省长李江率领下,由云南经贸、旅游、文化等方面组成的云南省代表团,开展了云南日推介宣传活动,喜迎八方宾客,钜献云南风采,给与会的世界各国人民留下了深刻印象。

中国驻米兰总领事王冬致辞时表示,云南地域特色鲜明,民族风情浓郁,是中华文明发祥地之一,拥有璀璨悠久的文明。昆明是古代丝绸之路重要节点的“南方古丝绸之路”和“茶马古道”的交汇点,意大利是古代丝绸之路的终点,本次米兰世博会中国馆将成为连接云南和意大利的桥梁,帮助云南更好地融入欧亚经济圈。

中国馆馆长张亮在致辞时表示,云南省深度参与此次米兰世博会中国馆展示,馆内展示的哈尼梯田和精彩的哈尼族歌舞表演给各国观众留下了深刻印象。此次云南活动日将让世博会观众更深入地领略独具特色的云南文化,也将有力地促进云南省和意大利有关大区多领域、深层次的交流合作。

活动日开幕式后,李江和意大利翁布里亚大区农业、文化及大型活动部部长费南达·切柯尼签署了《中华人民共和国云南省与意大利共和国翁布里亚大区发展友好合作关系谅解备忘录》,中国贸促会云南分会会长王开良和意中基金会理事长贝美吉签署了《云南省贸促会与意中基金会伙伴关系协议备忘录》。签约仪式之后,举行了“七彩云南—米兰行”旅游专场推介会。

此次“七彩云南米兰行”云南活动日通过展览展示、宣传推介、资料发放等多种形式,全面展示了云南地方形象、经济发展成果,并且交流了农业、粮食和食品领域的发展经验,进一步深化了中意两国间的交流与合作。

(本报综合报道)



出口价格如何认定?

我国《反倾销条例》第5条规定,进口产品的出口价格,应当区别不同情况,按照下列方法确定:

(1)进口产品有实际支付或者应当支付的价格的,以该价格为出口价格;

(2)进口产品没有出口价格或者其价格不可靠的,以根据该进口产品首次转售给独立购买人的价格推定的价格为出口价格;但是,该进口产品未转售给独立购买人或者未按进口时的状态转售的,可以根据合理基础推定的价格为出口价格。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌空成国际拍卖有限公司将对专利“液态空气净化器(201510022776.8)”的申请权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本发明摒弃了传统净化器采用过滤棉、布、网过滤,因过密阻挡空气流通、过滤过滤不净的弊端,采用液态水净化空气,开辟了空气净化化的新途径,技术先进。本技术不仅运行成本低,使用简单,而且维修方便、净化速度快、彻底,尤其是对有毒化学气体的净化更加干净彻底。

法眼

透视

“虎口夺食”引发成果归属专利战

■ 华眸述

曾经,中国封装硅胶市场份额75%以上被两家跨国企业占据,直到2014年国产LED封装硅胶市场规模首次超过进口产品。

尽管已是制造大国,但在为数不少的高精尖产品领域,中国市场依然是跨国公司的天下。中国企业要想在这些领域创新发展实现崛起,势必会触动原有利益格局,必将直面挑战。

一场关乎创新成果归属的专利战

2005年创立之初就确立“先导高分子材料国产化”战略定位的康美特,在2008年启动LED封装硅胶研发时,选择当时完全依赖进口的高端高折光硅胶为切入点。

“康美特产品很快在原本被跨国公司垄断的市场上打开局面。”康美特公司总经理葛世立表示,国内从事封装的上市企业逐步成为康美特客户,一批国际知名企业也主动接触康美特并与其达成合作意向。

“虎口夺食”自然不会一帆风顺。2014年4月,道康宁将康美特公司告上法庭,声称康美特公司在市场上销售的含苯基的高折光硅胶侵犯其专利。一场关乎创新研发成果归属的专利战正式拉开帷幕。

对此,葛世立坦言,在产品逐步占领市场时,他就隐约感到必有一战,但当挑战来临,他还是吃了一惊:对手没有事前沟通,也没有律师函,直接发来的就是法院诉状。

“跨国公司经过多年积累深谙专利玩法,在申报核心技术专利的同时还会围绕核心专利构建范畴极其广泛的一个专利保护圈。”经手专利官司的康美特副总经理王华告诉记者,小的创业公司一不小心就很容易踩中其中“地雷”,深陷专利官司无法自拔。

尽管在最初研发立项时,康美特法律专员就曾检索国内外所有与立项技术相关的专利。但当挑战真的降临时,葛世立还是有些紧张,他让法律专员联合专利律

师再次检索了所有专利,直到他们说:“OK,没有问题,我们没有侵权!”葛世立才真正放下心来。

果不其然,经过8个月调查和审理,2015年5月18日,国家知识产权局专利复审委员会正式发文,宣告道康宁公司涉案专利的专利权全部无效,一起民族品牌直面跨国公司的专利纠纷案,最终以康美特公司胜诉谢幕。

专利,商业竞争中的“双刃剑”

尽管最终康美特公司成功扭转被动局面,不但没有让跨国企业占到便宜,还借势给竞争对手一记“重锤”,康美特也因此显著提高了业界知名度。但在业内人士看来,这一经历也给中国创新类企业敲响了警钟。

一些知识产权律师在接受记者采访时说,中国的创新型企业想要跟这些具有几十年甚至上百年积淀的国际巨头较量,光是把产品做好还远远不够,还要学会如何保护自己。

LED行业内的专利纠纷已不是什么新鲜事,从芯片到封装再到材料,“专利战”一直伴随着整个行业的发展。由于在意识、经验、资金实力、人员配备上与国际巨头相比,国内企业还存在巨大差距,“专利游戏”从来就是为国际巨头所操控。

“这一课对于初涉国际市场的中国公司而言并不是件坏事,它让企业认识到过去认为专利的申请会泄露核心技术秘密的观念是有偏差的。”葛世立坦言,原来他们也认为申请专利容易导致技术秘密泄露,因此通常采用保密方式守护核心技术。

王华告诉记者,眼下康美特已及时调整知识产权保护策略,从以往以“技术秘密”方式进行保护,转变为尽可能多地申请专利,构建“专利池”,变被动为主动。除已授权的1项发明专利外,康美特已完成6项发明专利申请。



葛世立还表示,有时“专利”在商业竞争中已成为一把“双刃剑”,它不再是创新的“保护伞”,却成为创新的“绊脚石”。他呼吁专利审查部门应严格审查,尽量杜绝一些大企业“种下一棵树,圈下整片林”这样的专利垄断行为。

红罐官司案:回归理性,让事实说话

■ 一 雯

有“中国包装装潢第一案”之称的红罐官司,备受社会各界关注。6月底王老吉宣布对5家加多宝公司提出诉讼,索赔金额不低于15亿元。这让人不禁心生疑问,王老吉为何有这么大的勇气加大追击筹码?看来王老吉对官司终审胜诉有十足的信心,而加多宝之前巨额的“换装”动作也有了更明确的意味:为应对官司而铺路。

去年,广东省高院一审判决广东加多宝使用红罐构成侵权。知名时事评论人司马平邦表示,单纯看这次红罐案的过程,其实是法律证据最终战胜了营销手段。在法制社会,从某种意义上说加多宝在营销上跌破法律底线的行为,最终也会被归来到法律边界以内。北京大成

律师事务所刘进一律师也评述一审判决,“多维度的法学视角直面官司,其伦理部分更是可圈可点”。

加多宝营销方式非常强势,其“加多宝凉茶连续7年荣获中国饮料第一罐”、“加多宝凉茶荣获中国罐装饮料市场七连冠”等系列广告语,经北京市第三中级人民法院判定为“虚假广告语”构成侵权。在红罐官司二审期间又爆“猛料”:一直使用的排名中介机构——中国行业企业信息发布中心,涉嫌数据造假。

加多宝一审败诉之后,随即渲染自己是草根民企(实际是外企),以弱者的姿态争取悲悯同情。这种情绪在新媒体中被一次次地放大,在微博平台上出现了一些无理谩骂、人身攻击等现象。

在自媒体时代,人人都有更多表达自己观点的机

会,无论是真理或者谣言,舆论的传播也能够一时间街知巷闻。互联网既带来便利也带来风险,民粹主义借其平台宣传造势,众多网民的情绪也容易被引导和操控。对弱者的同情、对现实的不满等等引申出来的怨恨情绪,导致了不理性的声音。我国民粹主义也与司法有所联系,每年都会出现层出不穷的案件,刚过去不久的“拐卖儿童死刑罪”掀起一场风波,结束于网友和专家的理性分析。表达民意固然重要,但情绪只能是情绪,必须让司法独立判断,用事实说话,从而更加理性和公正,这才是法治社会的公道。

以案说法

作品名称可以保护吗

■ 马天慧

问:作品名称可以保护吗?

答:这个问题使我想起了一个若干年前的场景。当时和两个朋友聚会,他们聊起来是否看了《非诚勿扰》,我插话问你们说的是第一部还是第二部,结果惹来二人相视一笑。之后才知道,原来他们说的《非诚勿扰》是江苏卫视的一个强档交友节目,而我还停留在电影里秦奋追逐笑笑的情景。

觉得好奇就用关键词搜索了下,两家制作单位是否因为这个作品名称产生过纠纷。有热心网友回答说,江苏卫视在使用这个名称之前是得到对方首肯的。说来也是,印象中电影非诚勿扰的第二部还有提及这个综艺节目,当时全场哄笑,即为笑料也应该是有个友好的大前提。

作品一定是在欣赏后才会有区分的,这是一个读取的过程。在描述一部作品前通常我们先知道的就是名称,这也是名称足以混淆作品的原因。由于工作关系,笔者要经常处理与作品相关的法律纠纷,关于作品名称的咨询不少占少数。说到侵权,首先要有个权利基础,那么作品名称的权利又是什么?

试论作品名称是否属于《著作权法》的保护范围,那么先从字面去了解作品名称是否具有作品的属性。著作权法所称作品,是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果。法律定义的作品需要有独创性和可复制性,单就名称而言,独创性的要求就要非常高了。一般名称只有几个字,有些是直接指向或间接描述作品内容的,如“互联网思维”、“婆婆媳妇那些事”、“霸王别姬”、“快乐大本营”,这样的名称很直观,都是需要结合作品内容而产生其独创性的。相较像“天龙八部”、“无间道”、“哈利波特”这样的作品名称,就赋予了作者较高的创作灵感,笔者认为具有独创性的。一

方面因为有一套完整的文化产业链,不仅仅在于纸面上的创作,也在商业运营中以电影、电视剧、戏剧、动画、游戏等多种形式进行了再创作,立体鲜活,并在宣传中产生了对作者唯一的指向性。另一方面,作品名称是臆造的,且随着作品的成功而广为人知。此外,作品中的人物名称作为作品的主标题也可以达到这样的效果。

有个早期关于作品名称的诉讼的知名判例,是关于曲靖卷烟厂因注册使用著名电影作品《五朵金花》的片名作为烟草商标的著作权侵权案。一审时,法院就文学作品名称是否受著作权法保护的问题向国家版权局发送了咨询函,对此国家版权局版权管理司于2001年12月25日作出了权司(2001)65号《关于文学作品名称不宜受著作权法保护的答复》。该答复认为作品名称是否受著作权法保护取决于该名称是否具有独创性,如具有独创性则应保护。同时认为对作品名称适用《中华人民共和国反不正当竞争法》调整更为恰当。最终该案一审判决电影文学剧本《五朵金花》的名称“五朵金花”不能独立表达意见、知识、思想、感情等内容,不具备一部完整的文学作品应当具备的要素,且不具有独创性。二审维持了一审原判。从学者和律师的评述中,也都比较认同该案的审判结果,问题也在于著作权的立法中未对作品名称属于著作权保护范畴有明确规定,突破这一点的难度非常大。

那么,作品名称作为知识产权能否通过商标法保护?作品名称是有通过商标权保护起来的可行性的。商标不同于作品,是以注册取得保护为前提的,注册后可对抗第三人在类似商品或服务上的使用。但商标分为45个类别,若在不使用的情况下逐一注册,既是加重了权利人的成本支出,又阻碍了其他人对商标的无害经营,造成资源的浪费。有意通过注册商标保护作品名称的,也需要真正在商事活动中运作起来,才能得到有效的保护。

在著作权和商标权上都无法实现作品名称的保护时,大多的案件都会倾向于向反不正当竞争法上引导。

2014年9月,北京高院对《人在囧途》诉《泰囧》不正当竞争一案作出一审判决,判令被告北京光线传媒股份有限公司等5家制作单位立即停止不正当竞争行为,并共同赔偿原告武汉华旗影视制作公司经济损失500万元。本案的核心问题是,被告是否构成反法第五条(二)款:擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢,或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢,造成和他人的知名商品相混淆,使购买者误认为是该知名商品。首先,原被告双方是参与市场的经营者;其次,《人在囧途》电影上映后名声大噪初步构成知名商品特有的名称,进一步说来《泰囧》在电影命名和宣传时突出了对《人在囧途》的延续性,主观上存在搭便车的嫌疑。又一热点是2014年6月10日《笔仙3》以不正当竞争为由诉《笔仙惊魂3》侵权,并在北京市第三中级人民法院立案开庭,审理结果还待关注。

作品名称作为作品不可或缺的组成部分,必然会有随着作品知名度的提升而产生遭遇侵权的可能性。故在创作的同时,权利人维权意识的提升很重要,遇到问题时,应正确分析并引导积极解决问题的方向。

(作者系北京集佳知识产权代理有限公司知识产权顾问)

律师在线

